

# **STRATEGI KAMPANYE PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) PILEG 2014 DI KABUPATEN BOYOLALI**

Oleh

Yoga Ade Perdana

D2B009004

**Jurusan Ilmu Pemerintahan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

Jalan Profesor Haji Soedarto, SH, Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email : [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

## **ABSTRACT**

### **PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) CAMPAIGN STRATEGY IN 2014 LEGISLATIVE ELECTION IN BOYOLALI**

Election is a phenomenon that always happens in a democracy. In the elections, the political parties need a plan that is prepared in an effort to win the competition with the other participants and gained the most votes in the election. An accurate planning is a key requirement for the success of political parties in achieving the goals set.

The formulation problem in this research is: "How Strategy Campaign of Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Legislative Election 2014 in Boyolali?" Meanwhile, the purpose of this research is to provide an overview of Partai Keadilan Sejahtera (PKS) legislative election strategy 2014 in Boyolali.

The method of this research used qualitative, with the Chairman of DPD PKS Boyolali, General Secretary DPD PKS Boyolali, Chairman of the PKS Success Team in Boyolali, DPD PKS members in Boyolali, and DPRD PKS Council Staff in Boyolali as informants of this research. While interviews and documentation used to collect the data, with the analysis of qualitative data through the stages of data reduction, data display and conclusion.

The results of this research indicate that the strategy of PKS legislative election in the 2014 in Boyolali applying political strategy with political marketing approach of segmentation by selecting a particular group of people that are most likely to be influences by PKS campaign strategy program (mapping the voters); Targeting by targeting a particular group of constituents who are expected to achieved their voice easily; Positioning which is the strategy to instill a certain image to one or several groups of voters. In the campaign strategy, PKS has 2 campaigns conducted in Boyolali by using Media and Direct Selling.

Based on the results of the election in 2014, PKS only achieved 36.042 votes or equal to 4 DPRD parliament chairs and in the 2009 election PKS also only get 4 DPRD parliament chairs in Boyolali, it means the strategy that is adopted assessed stagnant. The political strategy of PKS in Boyolali is classified into a failed campaign. However, PKS should still have repaired the strategies to face the next election.

Keywords: Election, PKS, Strategy

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI KAMPANYE PARTAI KEADILAN SEJAHTERA (PKS) PILEG 2014 DI KABUPATEN BOYOLALI**

Pemilu merupakan fenomena yang selalu terjadi dalam kehidupan demokrasi. Dalam pemilu, partai politik membutuhkan suatu perencanaan yang disusun dalam upaya memenangkan persaingan dengan peserta lain dan memperoleh suara terbanyak dalam pemilu. Perencanaan yang strategis dan cermat merupakan persyaratan utama keberhasilan bagi partai politik dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Strategi Kampanye Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Pemilu Legislatif (Pileg) 2014 di Kabupaten Boyolali?” Sementara, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai Strategi partai politik keadilan sejahtera (PKS) pileg 2014 di Kabupaten Boyolali.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan Ketua DPD PKS Boyolali, Sekretaris Umum DPD PKS Boyolali, Ketua Tim Sukses PKS Boyolali, Anggota PKS DPD Boyolali, dan Staff Fraksi PKS DPRD Kabupaten Boyolali sebagai informan dari penelitian ini. Sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dan dokumentasi. Dengan analisis data yang dilakukan secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Partai Keadilan Sejahtera Boyolali dalam Pileg 2014 menerapkan strategi politik dengan pendekatan marketing politik yaitu segmentasi merupakan pemilihan kelompok masyarakat tertentu yang paling mungkin dipengaruhi oleh program strategi kampanye PKS (Pemetaan wilayah pemilih); *Targeting* dengan membidik suatu kelompok konstituen tertentu yang diperkirakan sangat mudah diraih suaranya; *Positioning* (Penentuan Posisi) yang merupakan strategi untuk menanamkan citra tertentu kepada satu atau beberapa kelompok pemilih. Dalam Strategi Kampanye, PKS memiliki 2 Kampanye yang dilakukan di Kabupaten Boyolali yaitu kampanye dengan menggunakan Media dan *Direct Selling*.

Berdasarkan hasil Pemilu 2014, suara yang diperoleh PKS hanya 36.042 atau setara dengan 4 kursi DPRD dan pada pemilu 2009 PKS juga hanya mendapatkan 4 kursi DPRD Boyolali, maka strategi yang diterapkan dinilai Stagnan. Strategi politik PKS Kabupaten Boyolali gagal dalam pemilu 2014 ini. Akan tetapi PKS harus tetap memperbaiki strategi ketika menghadapi Pemilu selanjutnya.

Kata kunci: Pemilu, PKS, Strategi

## **PENDAHULUAN**

Pemilihan umum atau yang dikenal dengan sebutan pemilu dalam UU No.10 Tahun 2008 pasal 1 merupakan pemilu yang dilaksanakan secara efektif dan efisien berdasarkan asas langsung, umum, bebas, rahasia, jujur, dan adil. sepanjang sejarah Indonesia pemilu, telah diselenggarakan sebanyak sepuluh kali, yaitu pada tahun 1955, 1971, 1977, 1982, 1987, 1992, 1997, 1999, 2004, dan 2009.

Pemilihan umum pertama terjadi pada masa Orde Baru dengan dilakukannya penyederhanaan dan penggabungan (fusi) pada partai-partai politik oleh pemerintah. Ketiga kekuatan politik adalah Partai Persatuan Pembangunan (PBB), Partai Demokrasi Indonesia (PDI) dan Golongan Karya. Dengan berjalannya waktu, partai-partai politik di Indonesia mulai

berkembang pasca terjadinya reformasi, salah satunya adalah Partai Keadilan Sejahtera atau yang dikenal dengan sebutan PKS.

Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang berdiri pada tanggal 20 April 2002 ini adalah sebuah partai politik berbasis Islam di Indonesia. Partai ini merupakan kelanjutan dari Partai Keadilan (PK) yang didirikan di Jakarta pada 20 Juli 1998. Perubahan dari PK ini diakibatkan oleh UU Pemilu Nomor 3 Tahun 1999 yang memperlakukan batas minimum keikutsertaan parpol pada pemilu selanjutnya (*electoral thresholf*) sebanyak 2%, oleh karena itu PK harus mengubah namanya untuk dapat ikut kembali pada pemilu berikutnya.

Partai Keadilan Sejahtera pun semakin terdengar. Masyarakat semakin sadar dengan keberadaan PKS sebagai sebuah partai baru yang muncul pasca reformasi. Hal ini terlihat dari PKS sendiri sebagai partai yang berada dalam urutan lima besar di beberapa kabupaten pada saat pemilihan legislatif berlangsung di daerah se-eks karisedanan Solo tahun 2009. PKS berada dalam urutan lima besar dalam perolehan suara pemilu 2009 di Kabupaten Boyolali.

Tabel 1.1

Hasil Perolehan Suara Kabupaten Boyolali Tahun 2009

Partai	Hasil Perolehan Suara (%)
PDIP	28,79
Golkar	18,80
PAN	14,12
Partai Demokrat	12,00
PKS	7,85
PKB	5,66
Hanura	4,65
Gerindra	2,96
PBB	2,76
PIS	2,36

Sumber: Diolah dari data yang diperoleh dari KPUD Kabupaten Boyolali

Beberapa tahun kebelakang ini PKS termasuk ke dalam partai yang paling banyak diberitakan negatif lantaran dengan berbagai kasus nasional yang menimpa beberapa kader dari PKS itu sendiri.

Dari latar belakang masalah yang sudah peneliti uraikan di atas, ditemukan masalah pada Partai Keadilan Sejahtera (PKS) yang merupakan partai dengan basis massa cukup yang besar, tidak kalah dengan partai-partai besar lainnya yang telah lebih dulu berdiri. Namun pada

beberapa tahun belakangan ini, PKS masuk ke dalam partai yang paling banyak diberitakan negatif lantaran dengan adanya kasus-kasus nasional yang menyeret beberapa anggota dari kader PKS sendiri.

Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut strategi kampanye apa saja yang akan diusung oleh PKS pada pileg tahun 2014 ini. Mengingat suara yang diperoleh PKS pada pemilihan legislatif tahun 2009 cukup besar berada dalam urutan lima besar hingga berhasil memperoleh 4 kursi DPRD Kabupaten Boyolali

## **Landasan Teori**

### **1. Partai Politik**

Di dalam Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2002 pasal 1 tentang Partai Politik, yang dimaksud partai politik di Indonesia adalah organisasi politik yang dibentuk oleh sekelompok warga negara Republik Indonesia secara sukarela atas dasar persamaan kehendak dan cita-cita untuk memperjuangkan kepentingan anggota, masyarakat, bangsa, dan negara melalui pemilihan umum.

Partai politik adalah suatu kelompok yang terorganisir, yang anggota-anggotanya memiliki orientasi, nilai-nilai dan cita-cita yang sama, yang bertujuan untuk memperoleh kedudukan politik.<sup>1</sup>

### **2. Strategi Politik**

Strategi merupakan rencana dalam garis besar yang memuat langkah-langkah, siasat dan target yang ingin dicapai. Hubungan dengan Politik dan strategi adalah suatu mekanisme bagaimana seseorang ataupun kelompok dengan ide politik yang dipahaminya, mampu memenangkan suatu pertarungan politik.

Menurut Karl Van Clausewitz “strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan perang, sedangkan taktik seni menggunakan tentara dalam sebuah pertempuran.”<sup>2</sup> Strategi dalam berbagai hal sangat penting sebab digunakan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Strategi politik adalah strategi yang digunakan untuk mewujudkan cita-cita politik, sehingga strategi ini perlu dipikirkan oleh setiap kontestan karena pesaing juga secara intens melakukan upaya-upaya untuk memenangkan persaingan politik. Strategi politik yang dilakukan oleh partai politik terhadap masyarakat sangat diperlukan dalam menghadapi sebuah pemilihan umum. Keberhasilan suatu strategi politik oleh partai politik dalam merencanakan dan melaksanakan, akan ikut berperan pada hasil perolehan suara partai politik dalam pemilu.

---

<sup>1</sup> Miriam Budiardjo. *Dasar-dasar Ilmu Politik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2002, halaman 160

<sup>2</sup> Bambang Tri Cahyono. *Manajemen Strategi*. Jakarta: IPWI. 1996, halaman 10.

### 3. Kampanye

Dalam dunia politik, kampanye dapat persepsikan dengan tindakan promosi yang dilakukan oleh calon-calon yang akan berkompetisi. Kampanye secara umum menurut Roger dan Story adalah serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu.<sup>3</sup>

Kampanye politik adalah bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang atau organisasi dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari rakyat.

### 4. Marketing Politik

Pada dasarnya marketing politik adalah kampanye politik untuk membentuk serangkaian makna politis tertentu di dalam pikiran para pemilih. Serangkaian makna politis tersebut menjadi orientasi perilaku yang akan mengarahkan pemilih untuk memilih konteskan tertentu. Makna politis inilah yang menjadi output penting *political marketing* yang menentukan pihak mana yang akan dipilih pemilih.<sup>4</sup>

Marketing Politik dalam partai politik membidik sasaran yang lebih luas, segmen yang berbeda, guna memperoleh jumlah suara yang signifikan. marketing politik dapat didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan terencana, strategis dan makana yang berdimensi jangka panjang dan jangka pendek, untuk menyebarkan makna politik kepada pemilih.<sup>5</sup>

#### Operasionalisasi Konsep

Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator yang digunakan agar mempermudah dalam pembahasan dan penelitian yang akan dilakukan. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut :

##### 1. Strategi Politik PKS Boyolali dalam Pemilu Legislatif

- Perencanaan Strategi Politik PKS Boyolali
- Strategi Pemasaran atau *political marketing*
- Pemetaan karakteristik masyarakat boyolali
- Isu-isu yang dilakukan PKS boyolali dalam pemilu
- Jargon atau Slogan yang di usung PKS dalam Pemilu

##### 2. Strategi Kampanye PKS Boyolali dalam Pemilu Legislatif

- Manajemen Organisasi dalam PKS Boyolali

---

<sup>3</sup> Antar Venus, *Manajemen Kampanye*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2002, halaman 7.

<sup>4</sup> Adman Nursal. *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: Gramedia, 2004, halaman 27-28

<sup>5</sup> *Ibid*, halaman 23.

- Pola sosialisasi dan komunikasi strategi PKS Boyolali
- Membangun *Image* kepada masyarakat PKS Boyolali
- Agenda PKS Boyolali dalam pemilu
- Media yang digunakan PKS Boyolali dalam pemilu

## . Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menunjuk kepada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif, ungkapan atau catatan orang itu sendiri. Tipe penelitian diskriptif digunakan dalam penelitian ini, karena dapat menggambarkan keadaan secara sistematis mengenai Pileg 2014 partai keadilan sejahtera di Kabupaten Boyolali.

Peneliti melakukan pengumpulan dari berbagai sumber yaitu wawancara, dan dokumentasi. Info yang akan dijadikan sumber data dalam penelitian ini adalah beberapa pihak yang dianggap memiliki pengaruh penting dalam partisipasi politik perempuan. Berdasarkan pertimbangan secara empiris, yang dipertimbangkan dengan penyesuaian perumusan masalah penelitian dan juga tujuan penelitian maka beberapa pihak yang dimaksudkan relevan dalam kriteria tersebut diantaranya Pengurus DPD (Dewan Perwakilan Daerah) PKS Kabupaten Boyolali, yang terdiri dari (Ketua Umum, Sekretaris Umum); Ketua Tim Sukses PKS Boyolali; Anggota PKS DPD Boyolali; Staff Fraksi PKS DPRD Kabupaten Boyolali

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian diketahui perolehan suara hasil Pemilu 2014 suara yang diperoleh PKS hanya 36.042 atau setara dengan 4 kursi DPRD. Pada pemilu 2009 PKS juga hanya mendapatkan 4 kursi DPRD Boyolali. PKS di Boyolali tergolong stagnan. Strategi politik PKS Boyolali tergolong sudah cukup baik, karena mampu mempertahankan jumlah peroleh kursi sebelumnya di tengah isu negatif yang tengah mendera PKS.

Adapun strategi yang dilakukan Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Boyolali tersebut meliputi:

- a. Di dalam merumuskan strategi, PKS melakukan Strategi politik dengan pendekatan *political marketing*. Segmentasi, pemilihan kelompok masyarakat tertentu yang paling mungkin dipengaruhi oleh program strategi kampanye PKS (Pemetaan wilayah pemilih). Selanjutnya, *Targeting*, PKS membidik suatu kelompok konstituen tertentu yang di perkirakan sangat mudah diraih suaranya. Dan terakhir *Positioning*, merupakan strategi untuk menanamkan citra tertentu kepada satu atau beberapa kelompok pemilih.
- b. Pemilihan calon anggota legislative, pendanaan yang cukup merupakan salah satu strategi PKS Boyolali dari sekian hal yang penting untuk diperhatikan bagi tiap-tiap partai politik.
- c. Perumusan strategi yang dilakukan oleh Tim Pemenangan PKS di Boyolali secara umum berfokus pada strategi pemenangan yang memang sudah dikaji calon PKS sebagai parpol kontestan dan kader selaku calon legislatif yang intensif berkomunikasi dengan konsultan politik.

- d. Pengelolaan Isu-isu dan pesaing dari partai lain. Keberadaan caleg dari partai lain lebih diartikan sebagai pesaing atau kompetitor bukan musuh sehingga efek yang dibangun adalah kompetisi yang sehat dan sportif
- e. Penggunaan media seperti media massa, media sosial, baliho dan *Direct selling* (mengkenalkan tentang profil partai dan membagi-bagikan atribut-atribut PKS) sangatlah penting dalam proses strategi kampanye dan sosialisasi politik pada pemilu.

## **PENUTUP**

### **1. Simpulan**

Setiap Partai politik membutuhkan suatu perencanaan yang strategis dalam melakukan hubungan dengan masyarakat. Perencanaan ini menyangkut produk politik yang akan dibawa, *image* yang akan dimunculkan, program kampanye yang akan dilakukan. Perencanaan perlu dilakukan agar alokasi sumber daya (misalnya manusia, keuangan, infrastruktur) dapat dilakukan secara efisien. Perencanaan yang strategis dan cermat merupakan persyaratan utama keberhasilan politik bagi aktor-aktor politik yang bertarung dalam kontestasi Pemilu.

Hal yang demikian itulah yang dilakukan oleh PKS Kabupaten Boyolali, yaitu keberadaan sebuah perencanaan strategi yang matang, membuat mereka terpilih dan mendapatkan peningkatan suara dalam Pemilu. Dari hasil penelitian diketahui perolehan suara hasil pemilu 2014 PKS telah memperoleh suara 36.042 atau setara dengan 4 kursi sedangkan dalam pileg 2009 PKS telah memperoleh suara 38.729 atau setara dengan 4 kursi. Hal ini menyimpulkan bahwa PKS Kabupaten Boyolali gagal dalam pemilu 2014 ini. Meskipun kenyataannya perolehan kursi setara atau stagnan pada pemilu 2009 dan pemilu 2014, namun perolehan suara pemilu 2014 ini menurun.

### **2. Saran**

Dalam penelitian Strategi Kampanye Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Pileg 2014 di Kabupaten Boyolali ini penulis bisa memberikan saran-saran, yaitu:

1. Perencanaan strategi yang matang, dan cermat merupakan persyaratan utama keberhasilan politik membuat mereka terpilih dan mendapatkan peningkatan suara dalam Pemilu.
2. Memberikan pelatihan tambahan dan motivasi untuk peningkatan elektabilitas caleg yang masih rendah
3. Melakukan pelatihan yang lebih untuk mengembalikan militansi kader
4. Membuat inovasi-inovasi guna memperoleh suara dari semua golongan.
5. Pelatihan-pelatihan kader dalam mempersiapkan pemilu

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku Bacaan:

- Arifin, Anwar. 2003. *Komunikasi Politik*, Jakarta: PT Balai Pustaka
- Bambang Tri Cahyono. 1996. *Manajemen Strategi*. Jakarta: IPWI
- Budiharjo, Miriam. 2004. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Firmansyah. 2007. *Marketing Politik “Antara Realitas dan Pemahaman”*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Haryanto. 2004. *Partai Politik, Suatu Tinjauan Umum*. Yogyakarta: Liberty.
- Kantaprawira, Rusadi. 2003. *Sistem Politik Indonesia*. Bandung: Sinar Baru:
- Lexy J. Moeloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2009.
- Norman K Denzin dan Yvonna S. Lincoln. 2009. *Hand Book of Qualitative Research*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Nursal, Adman. 2004. *Political Marketing: Strategi Memenangkan Pemilu*. Jakarta: Gramedia
- Rauf, Maswadi. 2009. *Indonesia dan Komunikasi Politik*. Jakarta: Gramedia
- Sanafiah, Faisal. 1990. *Penelitian Kualitatif (Dasar-Dasar dan Aplikasi)*. Malang: Yayasan Asah Asih Asuh
- Scholder, Peter. 2003. *Strategi Politik*, Jakarta, Friedrich-Naumann-Stiftung-PT Mita Alembana Grafika
- Sparingga, Daniel. 2003. *Golkar Butuh Banyak Orang Seperti Akbar*. Jakarta: Pusat Studi Hukum Tata Negara Universitas Indonesia
- Venus, Antar. 2002. *Manajemen Kampanye*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media

### Non Buku :

#### Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2002 tentang Partai Politik
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah

#### Situs Internet

- Koran Demokrasi Indonesia, 2012,  
<http://demokrasiindonesia.wordpress.com/2012/07/20/demokrasi-di-indonesia-dan-sejarahny/>, (diunduh 19 September 2013 20:05)
- <http://dc262.4shared.com/doc/hk8oVEGA/preview.html> (diunduh 29 Oktober 2013 11.28)
- <http://ormitamedia.com/sejarah-dan-pelaksanaan-pemilu-di-indonesia.html> (diunduh 20 Nopember 2013 17.40)
- <http://ib.ayobai.org/2013/03/tentang-partai-demokrasi-indonesia.html> (diunduh 10 Maret 2014 15.28)
- <http://www.kampanyeonline.com/partai-politik/partai-keadilan-sejahtera-pks> (diunduh 10 Maret 2014 15.45)<sup>1</sup>
- <http://nasional.sindonews.com/read/2014/01/14/12/826532/pks-akui-kasus-daging-jadi-ujian-terberat> (diunduh 10 Maret 2014 16.15)
- <http://politik.kompasiana.com/2014/02/03/dari-hero-ke-zero-kah-nasib-pks--630782.html> (diunduh 10 Maret 2014 16.25)